

€ TRAINING

استراتيجية إدارة الإيرادات

16 - 20 سبتمبر 2024
لشبونة (البرتغال)



استراتيجية إدارة الإيرادات

رمز الدورة: K908 تاريخ الإنعقاد: 16 - 20 سبتمبر 2024 دولة الإنعقاد: لشبونة (البرتغال) - التكلفة: 5940 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

هذا البرنامج يقدم للمشاركين فهماً عميقاً حول كيفية تحقيق أقصى قدر من القيمة من الإيرادات. يركز البرنامج على تطوير المهارات الاستراتيجية والتحليلية اللازمة لتحسين أداء الأعمال من خلال تحديد وتنفيذ أفضل الممارسات في إدارة الإيرادات.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم أساسيات إدارة الإيرادات
- اكتساب استراتيجيات التسعير الفعّال
- تطبيق أنظمة إدارة الإيرادات المتقدمة
- تحليل البيانات واستخدامها للتنبؤ
- تكامل استراتيجيات التسويق مع إدارة الإيرادات

الفئات المستهدفة:

- أعضاء الإدارة العليا ومدبرو العموم بكافة المؤسسات الخاصة والحكومية
- المحللون الماليون في المؤسسات الاقتصادية الحكومية والخاصة
- مدبرو الإدارة المالية بالمؤسسات
- المحاسبون ورؤساء الحسابات والقطاعات المالية
- العاملون في إدارات التخطيط والميزانية

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى

أساسيات إدارة الإيرادات:

- تعريف الإيرادات وأهميتها في الأداء المالي.
- فهم أساسيات استراتيجيات إدارة الإيرادات وتحليل الأنظمة المستخدمة.
- دراسة أساسيات تحليل السوق والطلب لفهم احتياجات العملاء.
- كيفية تحديد الأوقات الحيوية والتوقعات الموسمية لتحقيق أقصى استفادة.

الوحدة الثانية

استراتيجيات التسعير:

- دراسة أساليب تحليل السعر وتقييم التأثيرات المحتملة.
- فحص استراتيجيات تحديد السعر لتحقيق توازن بين الربحية وجذب العملاء.
- كيفية تطبيق استراتيجيات التسعير بشكل فعّال.
- دراسة حالات عملية لتوضيح التحديات والنجاحات في تنفيذ تلك الاستراتيجيات.

الوحدة الثالثة

أدوات التنبؤ والتحليل:

- فحص الأدوات والتقنيات المستخدمة في جمع وتحليل البيانات.
- تحليل الاتجاهات وتحديد العوامل المؤثرة باستخدام أحدث التقنيات.

الوحدة الرابعة

تكامل أنظمة إدارة الإيرادات:

- دراسة أنظمة إدارة الإيرادات المتقدمة وكيفية تكاملها مع عمليات الشركة.
- تحليل التحديات والمزايا المرتبطة بتطبيق أنظمة متكاملة.

الوحدة الخامسة

استراتيجيات التسويق وتحسين الأداء:

- فهم كيفية تكامل استراتيجيات التسويق مع إدارة الإيرادات.
- دراسة حالات ناجحة في استخدام التسويق لتعزيز الإيرادات.
- تقييم الأداء باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية.
- كيفية تحسين الإجراءات باستمرار لضمان تحقيق أقصى استفادة من إدارة الإيرادات.